

84. Ausgabe – Mai 2021

# IQVIA Flashlight



# Inhalt

<b>Editorial</b>	<b>3</b>
<b>Pharmazeutische Industrie: Mit ZNS-Therapien auf Erfolgskurs</b>	<b>4</b>
<b>COVID-19: Konsequenzen für Behandlungen in Kliniken</b>	<b>8</b>
<b>Entlassmanagement in der Klinik: Änderungen bei Verordnungen durch pandemiebedingte Flexibilisierung?</b>	<b>12</b>
<b>Point of Sale Apotheke: COVID-19 verändert Platzierungssituation von OTC-Produkten</b>	<b>16</b>
<b>Neue Perspektiven der Marktforschung: Mit Social Media Intelligence näher am Patienten</b>	<b>18</b>
<b>Erster IQVIA Start-up Award: Was wurde aus den Gewinnern 2019?</b>	<b>22</b>

## **Gender-Hinweis**

Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird bei Personenbezeichnungen und personenbezogenen Hauptwörtern in diesem Newsletter die männliche Form verwendet. Entsprechende Begriffe gelten im Sinne der Gleichbehandlung grundsätzlich für alle Geschlechter. Die verkürzte Sprachform ist ausschließlich redaktionell begründet und beinhaltet keine Wertung.

# Editorial

Liebe Leserinnen und Leser,

in dieser Ausgabe unseres Newsletters bilden verschiedene Aspekte rund um Behandlungen den Schwerpunkt. Einführend stellen wir Ergebnisse aus einem neuen IQVIA Whitepaper vor, in dem dargelegt wird, weshalb Arzneimittel zur Behandlung von Erkrankungen des zentralen Nervensystems vor einem neuen Durchbruch stehen – und welche Gründe hierbei eine Rolle spielen.

Welche Konsequenzen COVID-19 für Behandlungen hat, thematisiert der zweite Artikel. Dabei liegt das Augenmerk auf dem stationären Sektor, in dem Ausgaben und Verbrauch von Arzneimitteln wie auch medizinischem Sachbedarf untersucht werden – wobei sich u.a. unterschiedliche Betroffenheiten von Kliniken offenbaren.

Auch der Folgebeitrag behandelt ein Thema zur Klinik, nämlich, inwieweit Neuregelungen zu Verordnungen im Zuge des Entlassmanagements vor dem Hintergrund flexiblerer Anwendungsmöglichkeiten wegen COVID-19 Berücksichtigung finden und welche Unterschiede es nach Fachbereichen gibt.

Auswirkungen von COVID-19 werden auch in der Apotheke sichtbar; welche Veränderungen sich im Zuge der Pandemie bei der Platzierung von OTC-Produkten beobachten lassen und wie relevant die Sichtbarkeit am Point of Sale ist, zeigen neue Analysen.

Themen rund um die Gesundheit gewinnen in den sozialen Netzwerken immer mehr an Bedeutung, und der Austausch von Patienten ermöglicht realistische Einblicke in deren Alltag. Social Media Intelligence als auf Online-Daten und -Quellen beruhende Methode ermöglicht, mittels Big Data-Technologien Muster in unstrukturierten Daten zu erkennen und für pharmazeutische Unternehmen nutzbar zu machen. Wir stellen diesen Ansatz als Zusammenfassung eines neuen Whitepapers in einem weiteren Beitrag vor.

Im Jahr 2019 lobte IQVIA erstmals einen Start-up Award aus. Knapp eineinhalb Jahre später ziehen wir nun ein Resümee, wie wir die damaligen Gewinner unterstützt haben, mit welchem Ergebnis und welche Projekterfahrungen gesammelt wurden.

Ich wünsche Ihnen eine interessante Lektüre.

Ihr



Dr. Frank Wartenberg

## Pharmazeutische Industrie:

# Mit ZNS-Therapien auf Erfolgskurs

Nach fast zwei Jahrzehnten schleppenden Wachstums und nach vielen Enttäuschungen stehen Arzneimittel zur Behandlung von Erkrankungen des zentralen Nervensystems (ZNS) vor dem Durchbruch. In einem neuen Whitepaper hat IQVIA untersucht, wie pharmazeutische Hersteller diese Chancen nutzen – und welche Rahmenbedingungen den Erfolg bestimmen.

Viele Krankheitsbilder des ZNS wurden ab dem 17. oder 18. Jahrhundert detailliert beschrieben, doch Therapien waren lange Zeit rar. Zwischen Anfang der 1990er- und Mitte der 2000er-Jahre brachten forschende Hersteller dann Blockbuster mit einem weltweiten Jahresumsatz von mehr als einer Milliarde US-Dollar (850 Millionen Euro) auf den Markt.

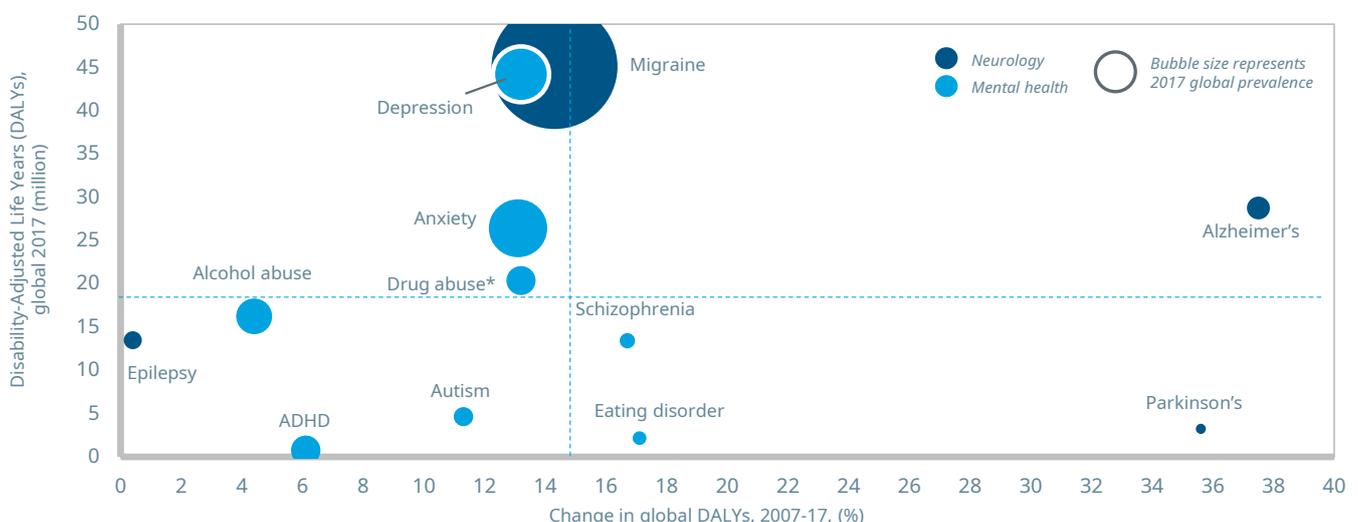
Im Fokus standen Depressionen, Schizophrenie, bipolare Störungen, Migräne, Epilepsie oder die Alzheimer-Krankheit. Nach dieser dynamischen Periode ging es schleppend weiter. Viele Präparate verloren ihren Patentschutz, und aus den Pipelines kamen kaum Innovationen nach. Außerdem haben

viele Firmen ihre Schwerpunkte hin zur Onkologie und Immunologie als veritablen Indikationen verschoben.

Doch der Bedarf an ZNS-Therapien ist hoch. Mit etwa 266 Millionen verlorenen gesunden Lebensjahren (disability-adjusted life years, DALYs) haben ZNS-Erkrankungen sogar einen stärkeren Einfluss auf die Lebensqualität als Krebs (213 Millionen DALYs, Stand 2016; Abb. 1). Nicht nur Migräne, Depressionen und Angstzustände verringern die Lebensqualität. Morbus Alzheimer oder Morbus Parkinson werden als typische Erkrankungen im Alter immer bedeutsamer, denn die Lebenserwartung steigt. Kurative Therapien gibt es bislang nicht. Das könnte sich bald ändern.

### Abbildung 1: Erkrankungen des ZNS – weltweit hohe Last durch verlorene gesunde Lebensjahre

Global disease burdens of leading CNS disorders



\* Includes use disorders of amphetamines, cannabis, cocaine, opioids and other substance abuse excluding alcohol

Source: The Lancet, Global Burden of Disease Study 2017; WHO; desk research; IQVIA European Thought Leadership analysis

## ZNS-THERAPIEN: EIN SILBERSTREIF AM HORIZONT

Warum IQVIA gerade jetzt mit Durchbrüchen bei ZNS-Therapien rechnet, hat mehrere Gründe:

- Digitale Technologien, Wearables eingeschlossen, erfassen Vitalparameter von Patienten. Mit künstlicher Intelligenz und mit maschinellem Lernen könnte man in neurologischen Daten Anzeichen für Erkrankungen finden, lange bevor Beschwerden auftreten.
- Die Bildgebung hat immense Fortschritte gemacht. Zahlreiche Verfahren auf Basis der Positronen-Emissions-Tomographie (PET) und der Magnetresonanztomographie (MRT) stellen nicht nur Strukturen präzise dar. Sie erlauben auch Einblicke in biochemische Prozesse des Gehirns.
- Außerdem sind Sequenzierungstechniken deutlich besser und preisgünstiger geworden, Stichwort Next Generation Sequencing. Sollten neurodegenerative Erkrankungen mit einzelnen Mutationen assoziiert sein, bieten Gentherapien perspektivisch die Chance auf Heilung.
- Die Genomforschung leistet aber auch wichtige Beiträge, um Risikofaktoren zu identifizieren und

um Patienten zu finden, die auf eine potenzielle Therapie mit großer Wahrscheinlichkeit ansprechen.

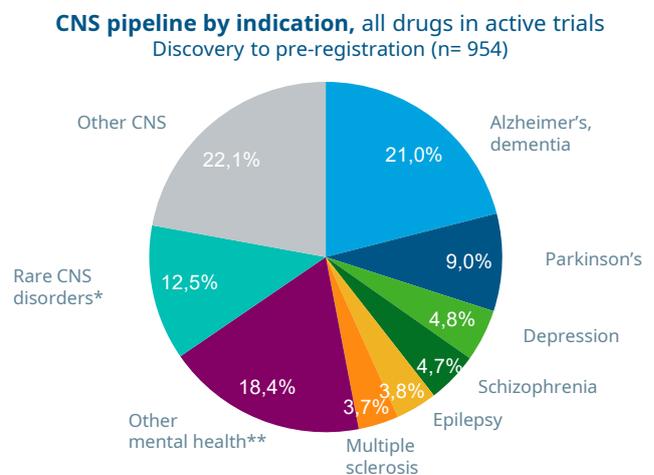
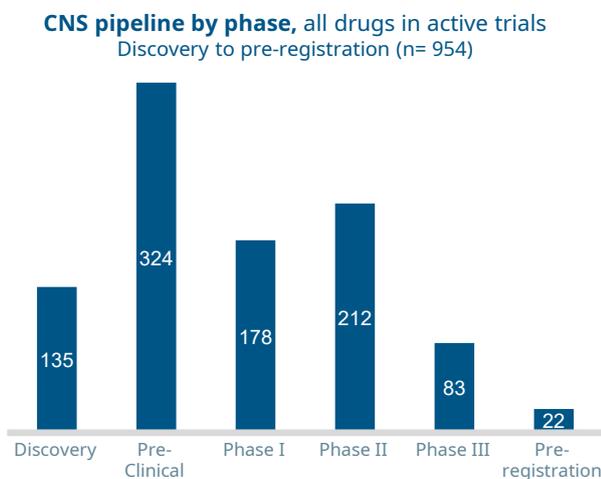
- Flüssigbiopsien (liquid biopsies) kennt man aus der Onkologie. Aber auch bei neurologischen Erkrankungen werden Biomarker bald eine größere Rolle spielen.
- Zelltherapien, etwa mit mesenchymalen, embryonalen oder induzierten pluripotenten Stammzellen, bieten perspektivisch die Chance, defekte Neuronen zu ersetzen.
- Klinische Studien werden schneller und präziser durch Daten- und KI-getriebene Patientenrekrutierungen, durch Apps zur Erfassung von Endpunkten, aber auch durch die stärkere Berücksichtigung patientenrelevanter Endpunkte.

## EIN BLICK AUF DEN MARKT

Diese Rahmenbedingungen zeigen: Vieles spricht dafür, sich als forschender Hersteller mit ZNS-Indikationen zu befassen. In den letzten drei Jahren ist die ZNS-Pipeline um 30 % angewachsen. Rund 10 % aller Präparate in Forschung und Entwicklung gehören in diesen Bereich (Abb. 2). Das entspricht im Indikationsvergleich einem zweiten Platz nach Krebs. Für forschende Hersteller

### Abbildung 2: Rund 10 % der Forschungs- und Entwicklungs-Pipeline im ZNS-Bereich angesiedelt

Major neurodegenerative disorders account for 30% of total CNS pipeline



All drugs are in active trials; phases of development refer to highest phase of development as of December 2020

Source: IQVIA European Thought Leadership; Pipeline Intelligence December 2020

\* Includes rare neurological, neuromuscular and neurodegenerative disorders

\*\* Includes ADHD, anxiety, insomnia, OCD, other psychiatric illnesses

sind Bereiche mit hoher globaler Krankheitslast und mit fehlenden Therapien interessant, etwa behandlungsresistente Depressionen, Alzheimer, Parkinson oder seltene neurologische Erkrankungen.

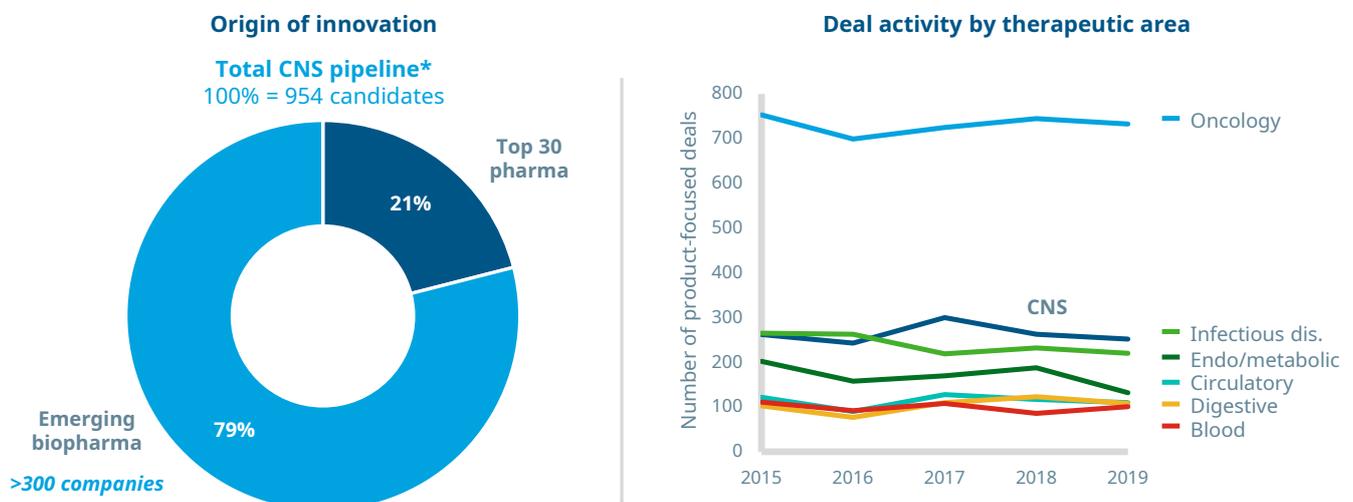
Trotz des Interesses großer Konzerne am Thema ZNS dominiert Big Pharma nicht die Forschung und Entwicklung. Über 300 kleine Unternehmen sind für 79 % aller Kandidaten verantwortlich (Abb. 3). Dies macht sie zu attraktiven Zielen für Partnerschaften, Lizenzen und Übernahmen. Einige Beispiele: Biogen und Sangamo haben angekündigt, bei Gentherapien für Alzheimer, Parkinson, neuromuskulären und weiteren neurologischen Erkrankungen zu kooperieren. Auch Vertex Pharmaceuticals und Affinia Therapeutics widmen sich gemeinsam der Duchenne-Muskeldystrophie und der myotonen Dystrophie Typ 1. Yumanity Therapeutics und Merck haben ebenfalls einen Vertrag paraphiert. Sie planen, die amyotrophe Lateralsklerose (ALS) und die frontotemporale lobäre Degeneration zu untersuchen.

IQVIA geht davon aus, dass der globale ZNS-Markt in den nächsten fünf Jahren um das Zehnfache, gemessen am Listenpreiswert, wachsen wird – von jährlich 0,4 % in den letzten fünf Jahren auf 3 bis 5 % zwischen 2020 und 2025 (Abb. 4). Drei Bereiche werden besonders starke Aufwärtstrends verzeichnen:

- Therapeutische Lücken gibt es derzeit bei Non-Respondern oder bei Patienten, die mit schweren Nebenwirkungen auf etablierte Pharmakotherapien reagieren. Von Innovationen profitiert eine Subgruppe; bei ihr könnten neue Wirkstoffe sogar zur Erstlinientherapie werden. Beispiele sind behandlungsresistente Depressionen, CGRP-Inhibitoren als neue Therapie bei Migräne oder duale Orexin-Rezeptor-Antagonisten bei Schlafstörungen.
- Bei anderen ZNS-Erkrankungen fehlen generell Therapien mit krankheitsmodifizierenden Eigenschaften, etwa bei Morbus Alzheimer oder Morbus Parkinson. Diese Situation ist geradezu ideal für innovative Pharmaka.
- Aber auch neue Märkte könnten entstehen. Bei genetisch bedingten neurodegenerativen Erkrankungen oder bei posttraumatischen Belastungsstörungen fehlen Ärzten derzeit Möglichkeiten, um zu intervenieren. Innovative Arzneistoffe wären praktisch ohne Konkurrenz im Markt.

Haben sich Firmen positioniert, sollten sie Details ausarbeiten. Neue Technologien auf allen Stufen der Wertschöpfungskette sind entscheidend für den Erfolg. Sie ermöglichen die Erfassung patientenzentrierter und klinisch aussage-

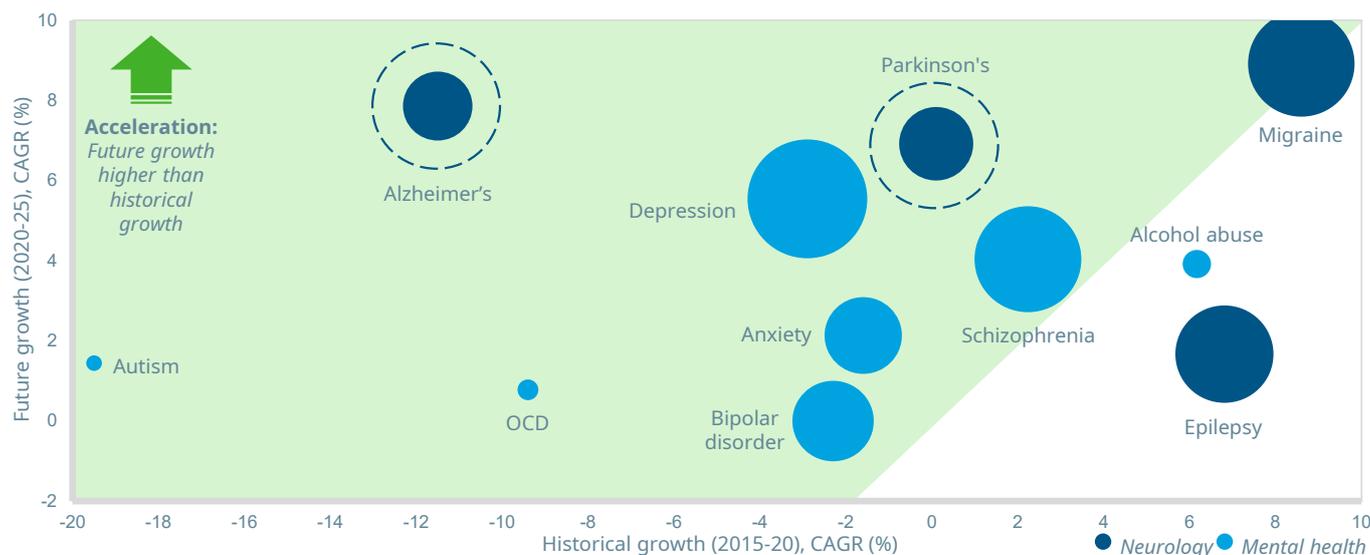
**Abbildung 3: Dominanz kleinerer Unternehmen bei ZNS-Forschung und Entwicklung**



\* Includes all phases from discovery through pre-registration

Sources: IQVIA Pipeline Intelligence, December 2020; IQVIA Pharma Deals; IQVIA European Thought Leadership

**Abbildung 4: Dank Innovationen zukünftig starke Dynamik im ZNS-Markt**



Note: Bubble size represents 2025 global sales; dashed lines indicate upside potential  
 Source: IQVIA Forecast Link, December 2020; IQVIA European Thought leadership

kräftigerer Endpunkte, den Nachweis eines Nutzens unter realen Versorgungsbedingungen oder die Auswahl geeigneter Patienten mit Tools zur Entscheidungsfindung.

**HERAUSFORDERUNG FÜR GESUNDHEITSSYSTEME**

Die Schattenseite: Innovative ZNS-Therapien stellen Kostenträger vor neue Herausforderungen. Sollte es etwa gelingen, Alzheimer-Patienten anhand von Biomarkern in frühen Stadien zu erkennen und zu behandeln, kommen allein in den USA zusätzliche 30 Milliarden US-Dollar (25,6 Milliarden Euro) pro Jahr auf Versicherungen zu.

Wirtschaftliche und klinische Unsicherheiten gehen Hersteller idealerweise proaktiv an – mit Real-World-Daten, um zu belegen, dass Effekte in wünschenswertem Umfang jenseits klinischer Studien auftreten. Außerdem gewinnen flexible Preisstrategien oder innovative Vertragsmodelle an Bedeutung. Die Vergütung orientiert sich vielleicht schon bald an Erfolgen, aber nicht wie derzeit an reinen Verordnungen. Denkbar ist auch, dass die Größe einer zu erwartenden Patientenpopulation den Preis bestimmt – und nicht die Art der Therapie, wie bislang.

**PARTNERSCHAFTEN – GEFRAGTER DENN JE**

Bleibt als Fazit: Für die pharmazeutische Industrie eröffnet sich mit ZNS-Therapien ein neuer, veritabler Markt. Um strategische Ziele zu erreichen, sind Partnerschaften mit anderen Firmen oder mit Hochschulen essentiell, denn Unternehmen haben nicht immer die erforderliche Expertise im Haus. Läuft alles nach Plan, eröffnen sich gewaltige Chancen – ähnlich wie bei Krebstherapien in den letzten zehn bis 15 Jahren.

Dr. Gisela Maag

**Quelle:** A New Dawn: At the Cusp of the CNS Decade. Unlocking the next growth horizon for the pharmaceutical industry. Markus Gores, Vice President, European Thought Leadership, IQVIA.

**Zum Download des Reports**



# COVID-19: Konsequenzen für Behandlungen in Kliniken

Die Auswirkungen der COVID-19-Pandemie auf den Gesundheitssektor sind vielfältig und äußern sich sowohl direkt als auch indirekt. Bei den Krankenhäusern liegt das Augenmerk der Berichterstattung häufig auf der Auslastung insbesondere der Intensivbetten, da hiervon unmittelbar die Versorgung der COVID-19-Patienten betroffen ist. Aber auch indirekt wirkt sich COVID-19 mit verschobenen Behandlungen und einem deutlichen Rückgang der Patientenzahlen aus. Ablesen lässt sich das Ausmaß dieses Rückgangs an der Entwicklung von Verbrauch und Ausgaben für Medikamente und medizinischen Sachbedarf.

## RÜCKKLÄUFIGER VERBRAUCH VON ARZNEIMITTELN

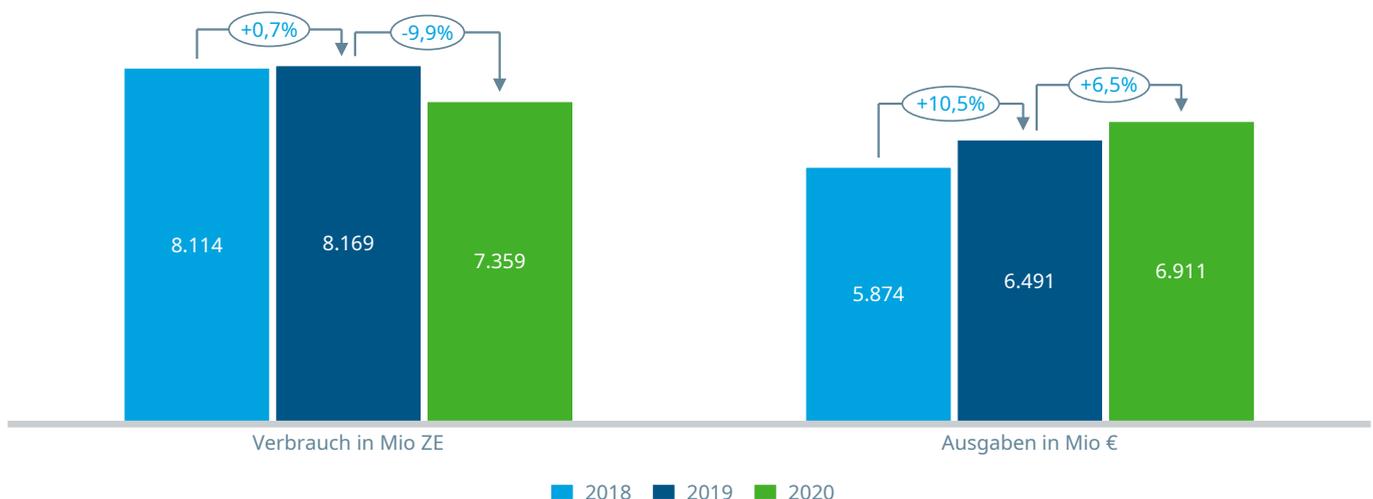
So ist der Verbrauch von Arzneimitteln 2020 gegenüber dem Vorjahr um 10 % eingebrochen, die Ausgaben stiegen um 6 %. Zum Vergleich: 2019 erhöhten sich die Ausgaben gegenüber Vorjahr um 10 % bei etwa gleichbleibendem Verbrauch (Abb. 1).

Im Jahresverlauf zeigen sich insbesondere die Monate April und Mai 2020 gegenüber Vorjahr mit rund 500

Mio. gegenüber rund 700 Mio. Zählheiten (ZE; Tabletten, Kapseln, Portionsbeutel, Injektionen etc.) stark rückläufig. Auch die restlichen Monate des Jahres 2020 liegen unter Vorjahresniveau, ein Trend, der sich zunächst Anfang 2021 fortsetzt. In den Monaten Januar und Februar 2021 liegt der Verbrauch bei gut 500 Mio. Zählheiten, wogegen das Niveau der Vorjahre bei knapp 700 Mio. liegt. Im März deutet sich zunächst eine Erholung an, wobei abzuwarten bleibt, ob diese in den Folgemonaten Bestand hat (Abb. 2).

Bei den Therapiegebieten entfällt der größte Teil der Ausgaben weiterhin auf die Klasse der antineoplastischen und immunmodulierenden Substanzen. Im Vergleich zum Vorjahr fällt der Anstieg der Ausgaben jedoch mit gut 7 % deutlich schwächer aus (2019: 14 %). Bei Erkrankungen des Nervensystems machen sich dagegen eine Reihe von kostenintensiven Neueinführungen bemerkbar, so dass die Ausgaben hier um 30 % steigen. Diese Entwicklung setzt sich aus dem Vorjahr fort (+18 %). Bei den übrigen Therapiegebieten stagnieren die Ausgaben oder gehen leicht zurück (Abb. 3).

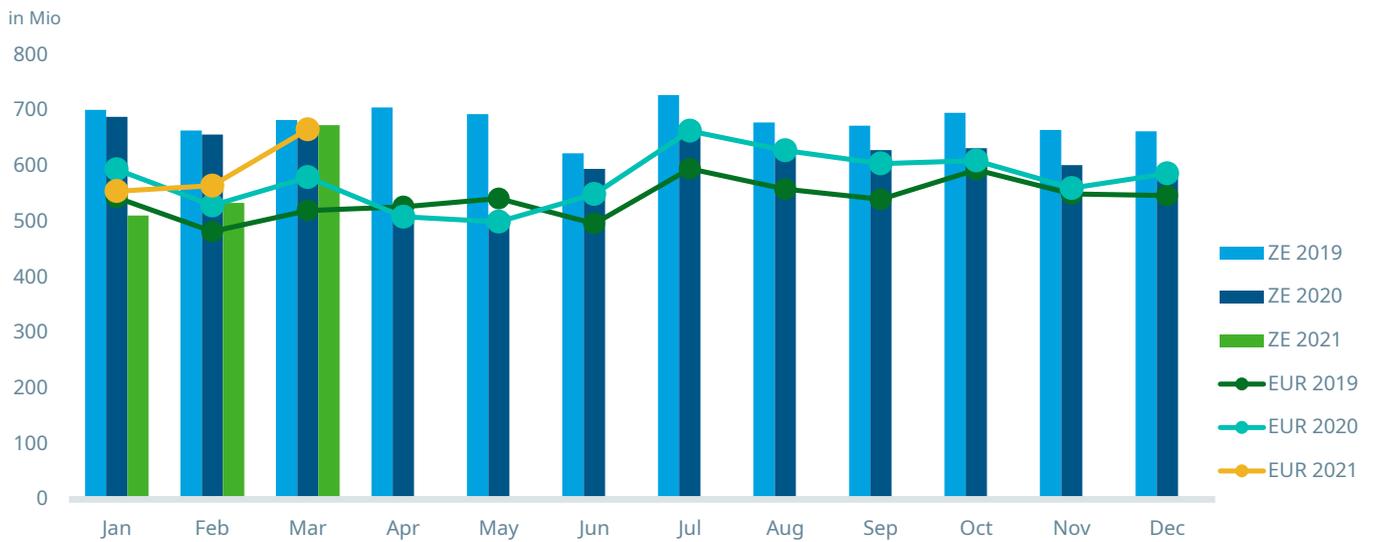
Abbildung 1: Verbrauch und Ausgaben für Arzneimittel im Krankensektor



ZE = Zählheiten: Tabletten, Kapseln, Portionsbeutel, Injektionen etc.)

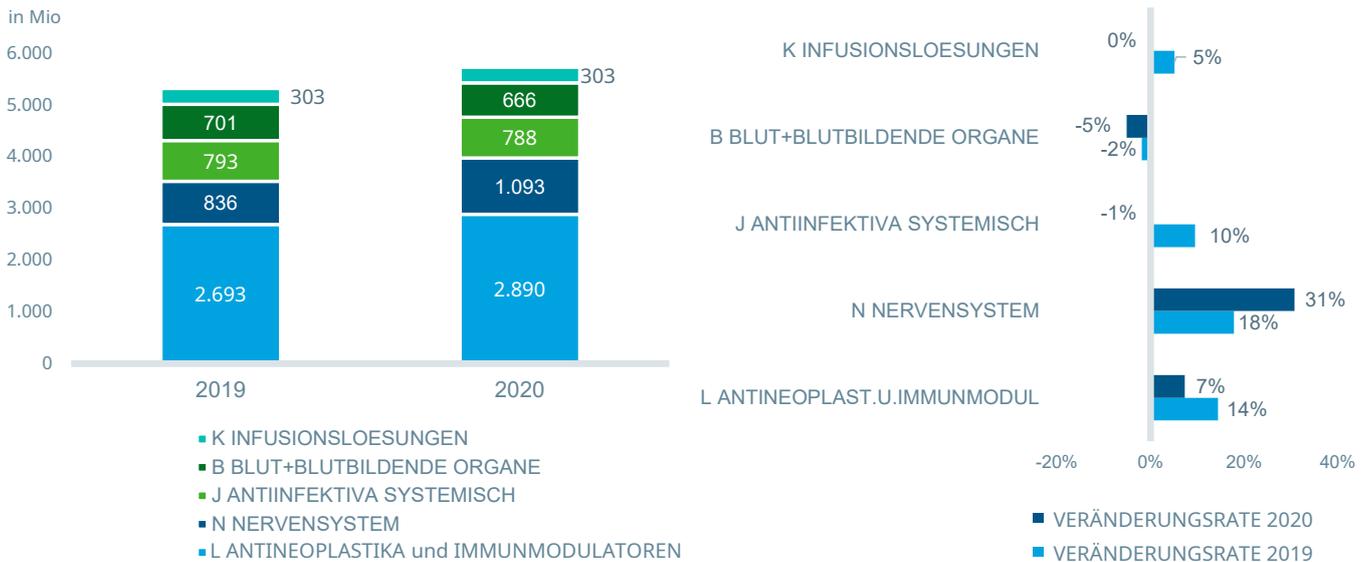
Quelle: IQVIA DKM® (Deutscher Krankenhaus Markt)

**Abbildung 2: Verbrauch und Ausgaben für Arzneimittel im Jahresverlauf**



Quelle: IQVIA DKM® (Deutscher Krankenhaus Markt), in Mio. Zählleinheiten (ZE) und Mio EUR

**Abbildung 3: Ausgabenentwicklung von Arzneimitteln in den fünf größten Therapiegebieten**



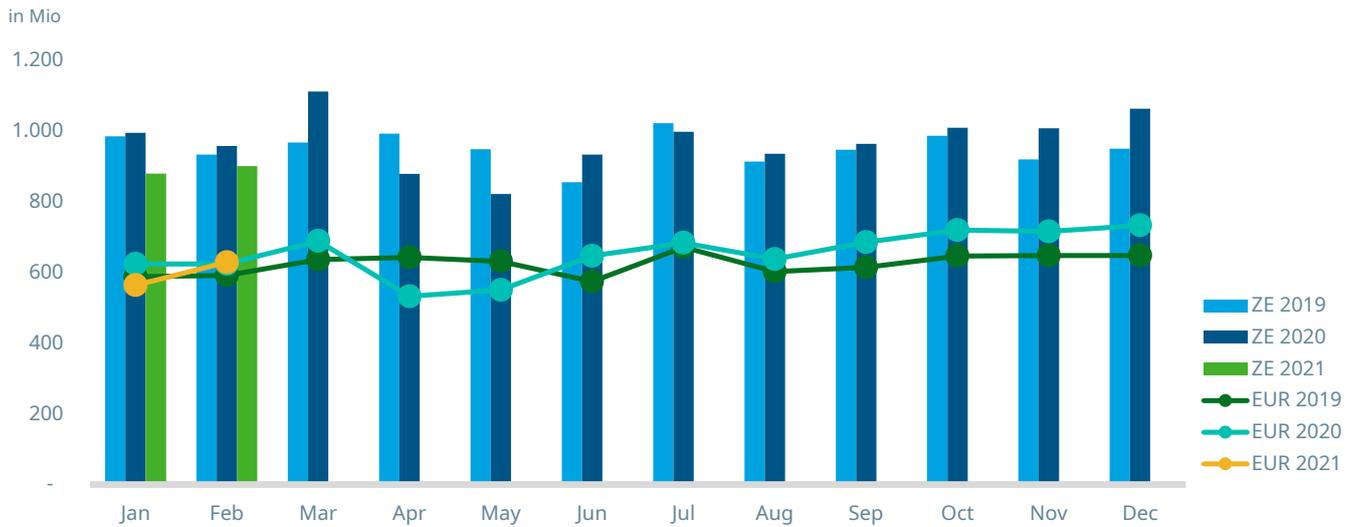
Quelle: IQVIA DKM® (Deutscher Krankenhaus Markt)

### ERHÖHTER VERBRAUCH BEI MEDIZINISCHEM SACHBEDARF

Anders stellt sich die Entwicklung beim medizinischen Sachbedarf dar. Nicht nur fallen die Einbrüche beim Verbrauch im April und Mai deutlich geringer aus als bei Arzneimitteln, sondern im März und in der zweiten Jahreshälfte liegen Ausgaben und Verbrauch über Vorjahresniveau (Abb. 4).

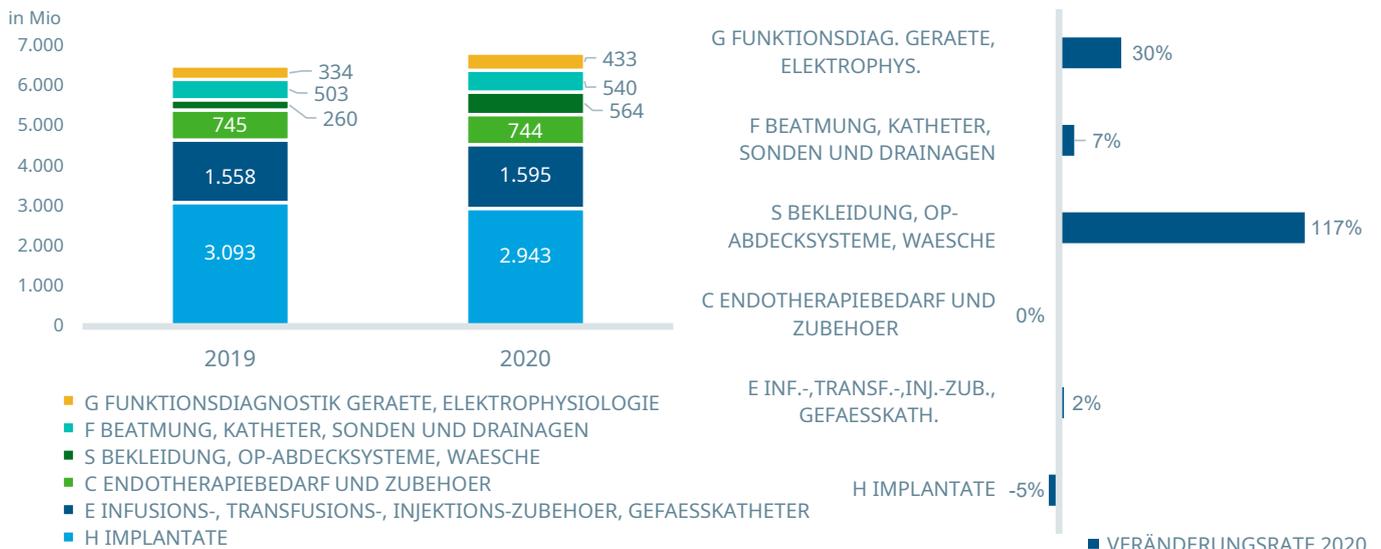
In erster Linie sind diese Zuwächse durch einen erhöhten Verbrauch und damit auch Ausgabensteigerungen bei persönlicher Schutzkleidung wie OP-Masken und Schutzkitteln sowie bei diagnostischen Testmaterialien verursacht; gerade bei der persönlichen Schutzkleidung haben sich die Ausgaben gegenüber 2019 mehr als verdoppelt (Abb. 5).

**Abbildung 4: Verbrauch und Ausgaben für medizinischen Sachbedarf im Jahresverlauf**



Erläuterung: Verbrauch in Zählheiten, Ausgaben in Mio. EUR  
 Quelle: IQVIA DKB® (Deutscher Krankenhaus-Sachbedarf)

**Abbildung 5: Ausgabenentwicklung bei den größten Produktgruppen medizinischen Sachbedarfs**



Quelle: IQVIA DKB® (Deutscher Krankenhaus-Sachbedarf)

**UNTERSCHIEDLICHE BETROFFENHEIT DER KLINIKEN NACH GRÖSSE**

Allerdings sind die Krankenhäuser unterschiedlich stark von diesen Entwicklungen betroffen. Nach Bettengrößenklasse sind Verbrauch und Ausgaben für Arzneimittel bei kleinen und mittleren Häusern, also Kliniken mit bis zu 200 und mit 200 bis 400 Betten, gegenüber Vorjahr rückläufig (-12 bzw. -13 %). Entgegen dem Gesamtmarktrend gehen auch die

Ausgaben im niedrigen einstelligen Bereich zurück, vermutlich, weil diese Krankenhäuser verstärkt von verschobenen und ausgefallenen Behandlungen betroffen sind.

Häuser über 400 Betten und insbesondere Maximalversorger mit über 800 Betten verzeichnen zwar einen Rückgang im Verbrauch bei gleichzeitigem Anstieg der Ausgaben. Besonders ausgeprägt zeigt

sich dies bei den Maximalversorgern, hier steht einem Rückgang im Verbrauch ein Anstieg der Ausgaben von knapp 10 % gegenüber. Dieser Anstieg liegt deutlich über dem des Gesamtmarktes mit 6 % und legt nahe, dass in diesen Krankenhäusern überdurchschnittlich stark sehr preisintensive Präparate eingesetzt werden mussten, unter anderem, da hier auch die Mehrzahl der komplexen, langwierigen COVID-19-Erkrankungen behandelt wurde.

## **SÄMTLICHE FACHBEREICHE VON RÜCKGANG NACH VERBRAUCH BETROFFEN**

Die Auswirkungen der Pandemie zeigen hinsichtlich des Medikamentenverbrauchs in allen Bereichen deutliche Rückgänge. Dies deutet auf ein hohes Volumen an ausgefallenen und verschobenen Eingriffen und Behandlungen hin, und damit auch auf einen nicht unerheblichen „Backlog“ (Rückstau) an behandlungsbedürftigen Patienten. Das betrifft nicht nur Bereiche wie Chirurgie, orthopädische und Unfallchirurgie, sondern auch die Onkologie, also Gebiete, in denen Verzögerungen in Diagnostik und Behandlung häufig negative Auswirkungen auf den Therapieerfolg zeitigen.

Bereits auf Basis von Ausgaben und Verbrauch für Medikamente und Sachbedarf zeigen sich die vielfältigen Auswirkungen der COVID-19-Pandemie für Krankenhäuser und Patienten: ein erhöhter Aufwand und Belastungen schlagen sich in den Mehrkosten für Sachbedarf und in einem überdurchschnittlichen Kostenanstieg bei den Maximalversorgern nieder. Gleichzeitig sind kleine und mittlere Häuser überproportional von verschobenen oder ausgefallenen Behandlungen betroffen. Da in allen Fachbereichen der Arzneimittelverbrauch zurückgeht, liegt die Vermutung nahe, dass es für zahlreiche Patienten zu einer Versorgungslücke gekommen ist.

**Meike Madelung** 

# Entlassmanagement in der Klinik: Änderungen bei Verordnungen durch pandemiebedingte Flexibilisierung?

Das bereits am 23. Juli 2015 in Kraft getretene Gesetz zur Stärkung der Versorgung in der gesetzlichen Krankenversicherung (Versorgungsstärkungsgesetz, GKV-VSG) beinhaltet verschiedene Neuregelungen zum Klinik-Entlassmanagement. Verbindliche Geltung besitzen die neuen Vorgaben für Kliniken jedoch erst seit Abschluss des Rahmenvertrages über das Entlassmanagement vom 1. Oktober 2017. Vor dem Hintergrund der COVID-19-Pandemie hat der Gemeinsame Bundesausschuss (G-BA) darüber hinaus ergänzende Sonderregelungen mit zeitlich begrenzter Gültigkeit geschaffen, um eine optimale Patientenversorgung zu gewährleisten. Der vorliegende Beitrag fasst die wichtigsten Bestimmungen zusammen und zeigt deren Auswirkungen auf den Gesundheitsmarkt.

## GEGENSTAND DER NEUREGELUNGEN

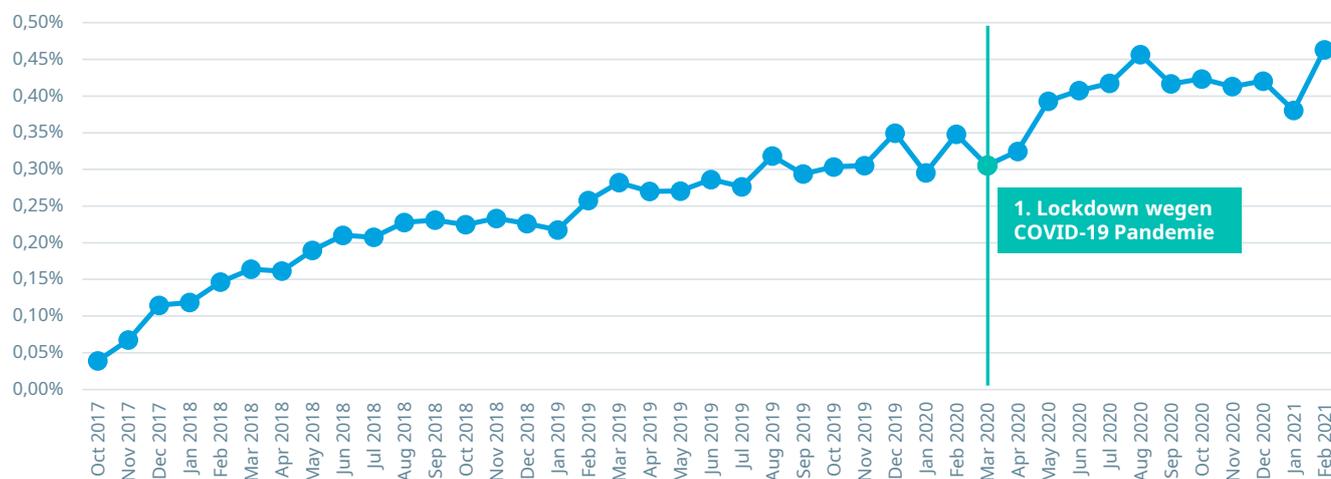
Abgebende Krankenhäuser dürfen den Patienten seit Inkrafttreten des GKV-VSG unter folgenden

Bedingungen Entlassrezepte ausstellen:

- Die Verordnungen beziehen sich auf N1-Packungen oder dienen zur Sicherstellung der Patientenversorgung für maximal sieben Tage
- Die Rezepte müssen innerhalb von drei Werktagen eingelöst werden, wobei der Tag der Ausstellung als erster Werktag zählt
- Die Verordnungen werden ausschließlich von Krankenhausärzten mit abgeschlossener Facharztausbildung ausgestellt
- Die Regeln der Wirtschaftlichkeit werden von den Klinikärzten ebenso angewendet wie von niedergelassenen Ärzten
- Die Muster 16-Vorlagen für GKV-Entlassrezepte werden mit bestimmten Informationen zur eindeutigen Identifizierung als Entlassrezept bedruckt

**Abbildung 1: Entwicklung der Verordnungsmengen im Entlassmanagement seit Oktober 2017**

Anteil Entlassrezepte am Gesamtmarkt nach GKV-Packungen



Quelle: IQVIA Therapy Matrix, 2021

## AUSWIRKUNGEN

Seit Start des neuen Entlassmanagements im Oktober 2017 ist die Verordnungsmenge über Entlassrezepte pro Monat nur minimal, im Zeitverlauf allerdings kontinuierlich gestiegen (Abb. 1).

In Ergänzung der angesprochenen Neuregelungen hat der G-BA angesichts der COVID-19-Pandemie diverse zeitlich befristete Sonderregelungen als Erleichterungsmaßnahmen getroffen. So wurden unter anderem die Verordnungsmöglichkeiten für Kliniken beim Entlassmanagement flexibilisiert, um Patienten während der Pandemie einen zusätzlichen Arztbesuch zu ersparen. Aufgrund der neuen Bestimmungen dürfen Klinikärzte Entlassrezepte nun generell ausstellen und zugleich anstatt der ausschließlichen Fixierung auf die N1-Packungsgröße auch Packungsgrößen bis zu N3 verschreiben.

Welche Auswirkungen haben diese neuen Vorgaben des G-BA mit Blick auf die Entwicklung der Verordnungsmenge und die Verteilung nach Fachgruppen? IQVIA-Analysen zeigen, dass die Sonderregelungen zwar zu einer leichten Steigerung der Verordnungsmengen für Entlassrezepte geführt haben; insgesamt bleiben diese jedoch immer noch auf einem sehr niedrigen Niveau. Von der Fachgruppenverteilung her betrachtet, hat

sich die Reihenfolge der Top 10-Fachrichtungen ebenfalls nur wenig verändert (Abb. 2). Auffällig ist hier, dass die Verschreibungen von Psychiatrie und Psychotherapie im Rahmen von Entlassmanagement im Zeitraum der Pandemie erstmalig unter die Top 10 gekommen sind. Dies ist sehr wahrscheinlich auf erhöhten Stress und psychische Belastungen in Zeiten der Pandemie zurückzuführen. Auch die Sonderregelung, dass Klinikärzte grundsätzlich Entlassrezepte erstellen dürfen, wird deutlich wahrnehmbar in Anspruch genommen: so stiegen die zur Zeit des Vergleichszeitpunkts Februar 2020 noch nicht zulässigen Verschreibungen von Ärzten ohne Facharztbezeichnung im Krankenhaus bis Februar 2021 um beträchtliche knapp 5 %, während solche von der sonst führenden Fachgruppe Orthopädie im selben Zeitraum um etwa 15 % zurückgingen. Der Grund ist sicherlich im sogenannten „Patient Backlog“ (Behandlungsrückstau) zu sehen: demnach wurden (und werden) viele Behandlungen in den Kliniken, die nicht von existenzieller Bedeutung sind, während der Pandemie aufgeschoben.

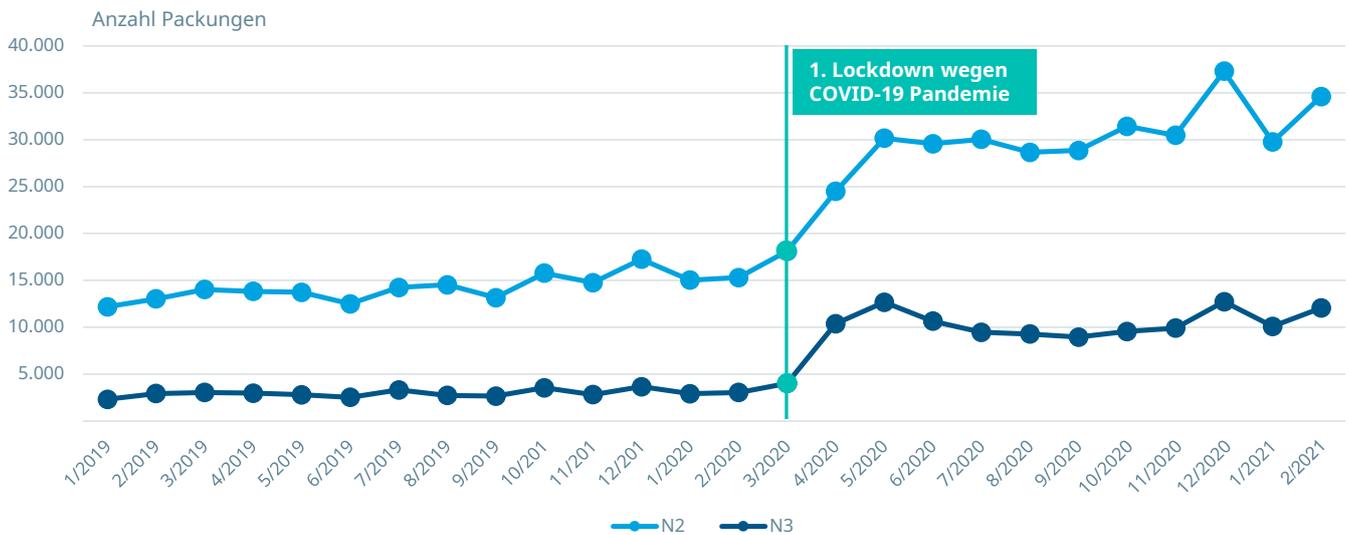
Auch die Sonderregelung zur Verschreibung von großen Packungsgrößen (N3) wird genutzt. Doch insgesamt stehen auf mehr als 95 % der Entlassrezepte N1-Packungen, die für den Zeitraum von sieben Tagen ab Verordnung in der Regel auch ausreichen (Abb. 3).

**Abbildung 2: Top 10-Fachgruppen für Verordnungen im Entlassmanagement**

Fachrichtung	Stand März 2020 03/2019 - 02/2020	Fachrichtung	Stand März 2021 03/2020 - 02/2021
Orthopädie	20,68%	Orthopädie	17,14%
Internist	9,19%	Rest (Entlassmanagement)	13,28%
Rest (Entlassmanagement)	8,63%	Internist	11,74%
Chirurgie	8,53%	Chirurgie	7,04%
Kardiologie	5,21%	Ärzte ohne Facharztbezeichnung im Krankenhaus	4,64%
Kinderarzt (Facharzt)	4,40%	Kardiologie	4,50%
Neurologie	3,44%	Neurologie	4,06%
Urologie	3,19%	Kinderarzt (Facharzt)	3,32%
Augenheilkunde	3,16%	Psychiatrie und Psychotherapie	3,06%
Unfallchirurgie	2,71%	Viszeralchirurgie	2,77%

Quelle: IQVIA Therapy Matrix, 2021

**Abbildung 3: Entwicklung der Verordnungsmenge im Entlassmanagement nach Packungsgröße von Januar 2019 bis Februar 2021**

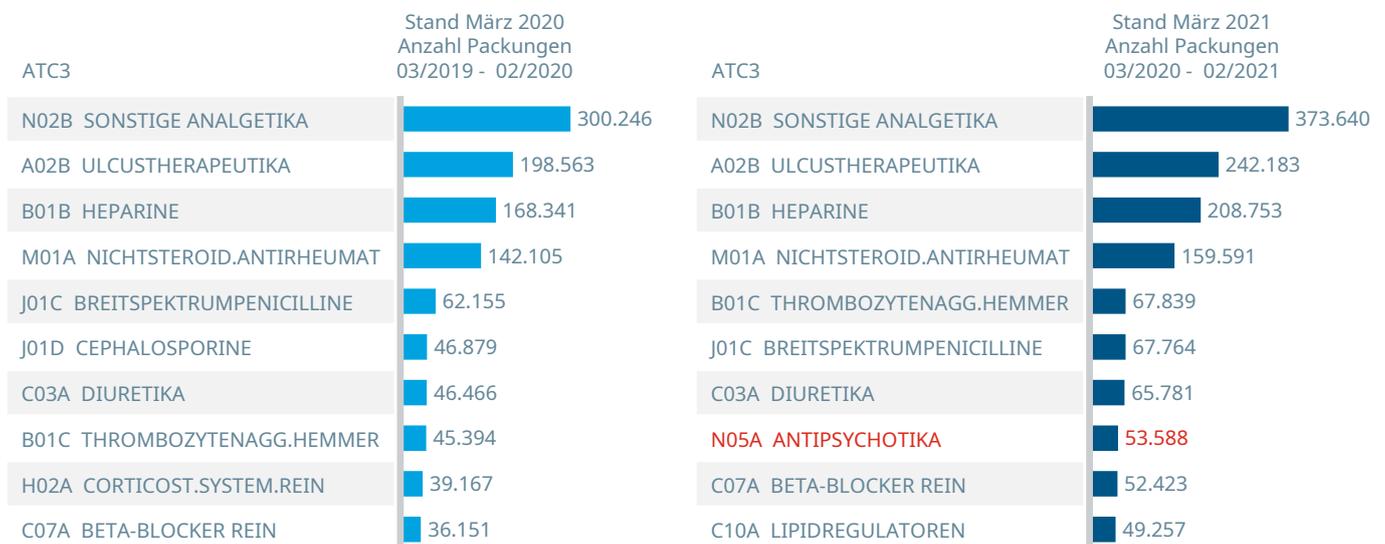


Quelle: IQVIA Therapy Matrix, 2021

Seit Beginn des neuen Entlassmanagements sind kaum Veränderungen auf ATC3-Ebene (ATC: Anatomisch-Therapeutisch-Chemisches Klassifikationssystem) für die Top 10-Medikamente festzustellen. Vergleicht man die ATC3-Rangfolge nach dem ersten Lockdown im März 2020 mit dem vergleichbaren Zeitraum

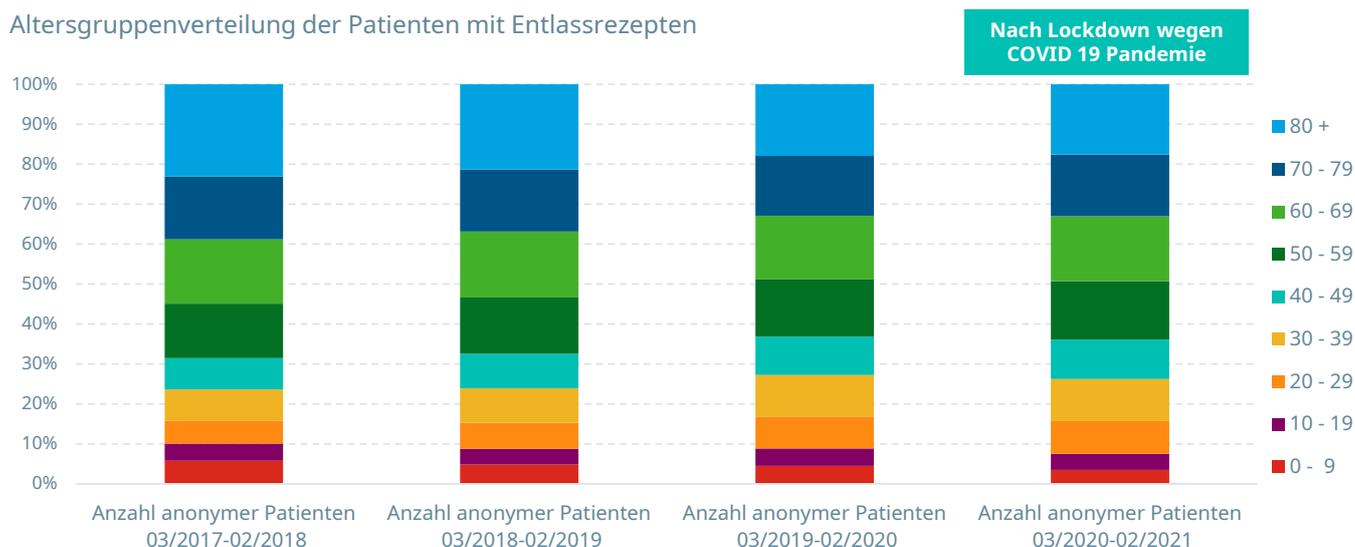
davor, bleiben die Top 4-Medikamente der ATC3-Ebene unverändert. Auffallend ist aber, dass nun Antipsychotika unter den Top 10 auftauchen. Dies hängt vor allem mit dem Anstieg der Verschreibungen in Psychiatrie und Psychotherapie zusammen (Abb. 4).

**Abbildung 4: Top 10-Medikamente auf ATC3-Ebene für Verordnungen im Entlassmanagement**



Quelle: IQVIA Therapy Matrix, 2021

**Abbildung 5: Verteilung der Patienten mit Entlassrezepten nach Altersgruppen im Jahresvergleich 2017-2021**



Nimmt man die Altersgruppenverteilung der Patienten, die über vier Jahre von 2018 bis 2021 Entlassrezepte verschrieben bekommen haben, in den Blick, so fällt auf, dass zwar die Anzahl der Patienten in allen Altersgruppen gestiegen ist, der Anteil von Patienten in den Altersgruppen zwischen 20 und 50 Jahren jedoch ein überdurchschnittliches Wachstum verzeichnet. Dies ist wohl darauf zurückzuführen, dass durch die erhöhte Anzahl von Patienten, die bisher aufgrund der Sonderregelungen im Zuge des Entlassmanagement Rezepte erhielten, proportional auch andere Altersgruppen nachgezogen sind und die COVID-19-Pandemie hier keine Differenzierung ausgelöst hat (Abb. 5)

**FAZIT**

Seit Start des neuen Entlassmanagements im Oktober 2017 ist die Verordnungsmenge über Entlassrezepte pro Monat minimal, aber kontinuierlich im Zeitverlauf angestiegen. Die aufgrund der COVID-19-Pandemie vom G-BA eingeführten zusätzlichen Flexibilisierungsmaßnahmen werden angenommen, eine leichte Zunahme der Entlassrezepte ist in der Folge sichtbar. Insgesamt bleiben die Verordnungsmengen für das Entlassmanagement jedoch immer noch auf einem sehr niedrigen Niveau.

**Ying Wang, Meike Madelung, **  
**Marlen Pechstein, Jens Witte**

Interessenten an weitergehenden, individuellen Analyseoptionen können sich gerne an ihren IQVIA Sales- bzw. Client Service-Kontakt wenden, oder auch an Meike Madelung, Innovation & Offering Management: [Meike.Madelung@iqvia.com](mailto:Meike.Madelung@iqvia.com)

# Point of Sale Apotheke: COVID-19 verändert Platzierungssituation von OTC-Produkten

Gesunkene Kundenzahlen, Maskenausgabe, Hygieneauflagen sowie der Aufbau von Schutzmaßnahmen für Kunden und die eigenen Beschäftigten führen in Apotheken während der COVID-19 Pandemiesituation zu Veränderungen, die sich zunehmend auch in einer Verkürzung der Beratungsdauer gegenüber Kunden niederschlägt. Durch die pandemiebedingten Hygienemaßnahmen hat sich die Fläche für die optische Präsentation von OTC-Produkten in vielen Apotheken verringert, und die verkaufsfördernde Unterstützung dieser Artikel wurde reduziert. Die Reduktion der optischen Präsenz hat nicht nur Auswirkungen auf die Visibilität beim Endverbraucher oder Patienten, sondern auch auf die Präsenz beim Apothekenpersonal. Die positiven Effekte auf das „Relevant Set“ im Sinne stetiger Erinnerung durch Sichtbarkeit der Marke werden dadurch spürbar gemindert.

## PLATZIERUNG AM POINT OF SALE ALS WICHTIGER ERFOLGSFAKTOR

IQVIA-Analysen zeigen, dass die Sichtbarkeit in Apotheken wesentlich ist für den Erfolg von OTC-Marken. Visibilität in Sichtwahl, Freiwahl, Zahltellern, Displays, Regalstörern und Schaufensterdekorationen zahlen ein in die Werbeerinnerung des Verbrauchers sowie der Apothekenmitarbeiter und sorgen für einen Aufschwung im Absatz, da die Wirksamkeit der Endverbraucherwerbung einerseits und die Beratung durch die Apothekenmitarbeiter andererseits dadurch positiv gestützt werden (Abb. 1).

Die Umsatzsteigerung durch die sichtbare Platzierung eines Produkts am Point of Sale (POS) kann je nach Marke stark differieren, bedingt auch durch die Qualität der Produktplatzierung. In dieser Hinsicht zeigen sich oftmals Potenziale in der Platzierungsumsetzung, sei es beispielsweise in Bezug auf die Anzahl der Facings nebeneinander, in der Höhe

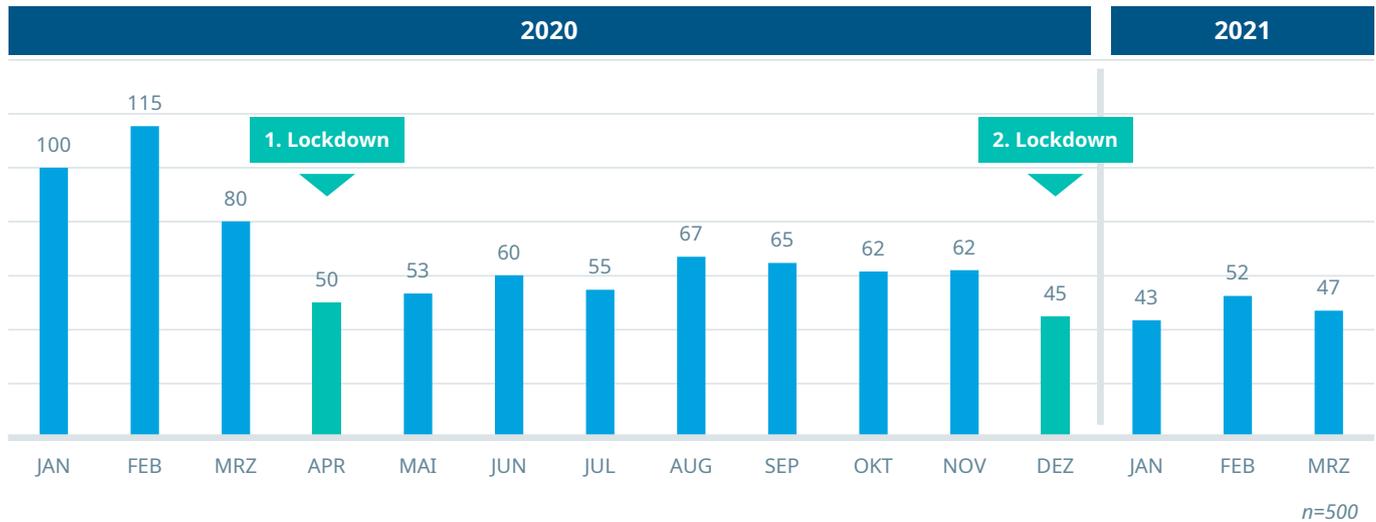
Abbildung 1: Auswirkung der OTC-Produktplatzierung auf den Umsatz

Brand A ist in 15.200 Apotheken am POS sichtbar, während Brand B nur in 7.600 Apotheken sichtbar ist. Beide Brands können ihren Absatz mit POS Platzierung deutlich steigern. Der Absatzhebel von Brand A ist um ein Vielfaches höher als B. Analysen zeigen, dass hier die Platzierungsqualität eine bedeutende Rolle spielt.



## Abbildung 2: Platzierung von Zahltellern in der Apotheke

Entwicklungsindex zur Platzierungsumsetzung (von Januar 2020 bis März 2021)



Quelle: IQVIA POS aktiv Panel - Ergebnisse COVID-19 Studie über alle erhobenen Marken und Kategorien

der Platzierung im Regal (Platzierungshöhe < 1 m) oder dem Verhältnis zwischen Regalanteil und eigenem Marktanteil, dem sog. „Fair Share“. Eine gut umgesetzte Regalplatzierung hat gegenüber einer Nicht- oder auch schlecht umgesetzten Regalplatzierung ein vielfach höheres Absatzpotenzial.

### MEHR WETTBEWERB UM BEGEHRTE STELLFLÄCHEN IN APOTHEKEN

Mit Blick auf die Bedeutung von Produktplatzierungen in Apotheken für OTC-Brands hat IQVIA in Zusammenarbeit mit der Unternehmensberatung Bormann & Gordon die Platzierungssituation in Zeiten von COVID-19 analysiert. Die mit dem Tool IQVIA POS aktiv erstellte Analyse ergibt, dass im Bereich der Promotion eine selektivere Umsetzung von Warenträgern (Handverkaufs-Display, Zahlsteller, Bodenaufsteller) aufgrund von installierten Schutzmaßnahmen (Acrylglas-Trennwände etc.) erfolgt ist (Abb. 2). Der Wettbewerb um die reduzierten und begehrten Promotion-Flächen, der in der Regel kategorieübergreifend stattfindet, hat sich somit verschärft.

### FAZIT UND AUSBLICK

Als „Gatekeeper“ will der Apotheker daher mit belastbaren Argumenten überzeugt werden. Vor dem Hintergrund der reduzierten Flächen einerseits und der Brand-Performance andererseits ist es unabdingbar, die richtige und dauerhafte Platzierungsumsetzung im Apothekenregal als einen relevanten Absatztreiber im stationären Apothekenhandel zu kennen und zu optimieren.

Gaby Baur / Jens Witte 

Für weitere Informationen zu den Möglichkeiten, die eigene Brand Performance zu analysieren und zu optimieren, wenden Sie sich bitte an [Gabriele.Baur@iqvia.com](mailto:Gabriele.Baur@iqvia.com).

## Neue Perspektiven der Marktforschung: Mit Social Media Intelligence näher am Patienten

Pharmazeutische Hersteller interessieren sich bei ihrer Marktforschung zunehmend für Online-Quellen wie Social Media. Das ist sinnvoll, um Patienten und deren Lebensumfeld besser zu verstehen. Verlieren traditionelle Methoden der Marktforschung deshalb an Bedeutung?

Weltweit haben Menschen immer häufiger Zugriff auf das Internet. Dieser Trend zur Digitalisierung macht vor dem Gesundheitsbereich nicht Halt. Etwa 72 % aller Patienten googeln ihre Symptome. Und bei etwa 20 % der Online-Kommunikation in Social Media geht es um Krankheiten (Abb. 1).

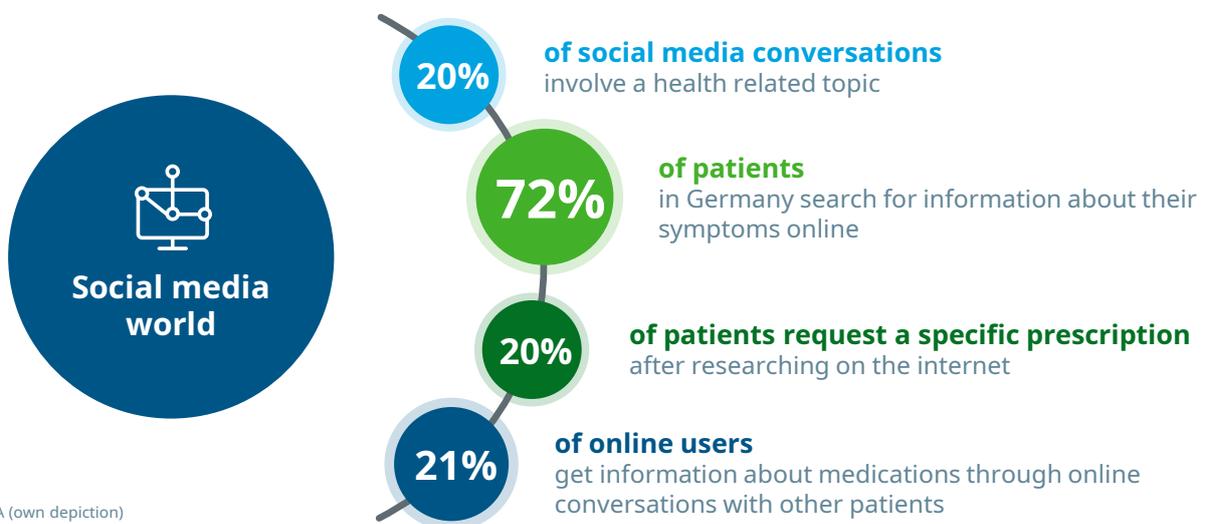
Vor dem Hintergrund einer stetig wachsenden Zahl an Social-Media-Nutzern, schätzungsweise über 3,5 Milliarden in 2021, gewinnen Themen rund um die Gesundheit an Bedeutung. Erkrankte tauschen sich rund um die Uhr in Echtzeit aus. Das ermöglicht pharmazeutischen Herstellern realistische Einblicke in

den Alltag und in die Lebensqualität ihrer Patienten.

### SOCIAL MEDIA INTELLIGENCE – VORTEILE UND NACHTEILE

Zum Hintergrund: Social Media Intelligence (SMI) basiert auf Online-Daten und -Quellen, insbesondere auf sozialen Netzwerken. Mit Technologien wie der Big-Data-Analyse und dem maschinellen Lernen gelingt es, in unstrukturierten Daten Muster zu erkennen. Das geschieht in mehreren Schritten (Abb. 2). Pharmazeutische Firmen erfahren mehr über Patienten, Märkte und Wettbewerber, um ihre Strategien zu optimieren.

Abbildung 1: Wachsende Bedeutung von Online-Quellen und Social Media – erhöhter Bedarf an digitalen Erkenntnissen zur Gesundheitsversorgung



Source: IQVIA (own depiction)

## Abbildung 2: Social Media Intelligence nutzt Online-Daten und -Quellen mit Hilfe von innovativen Technologien

Social Media Intelligence

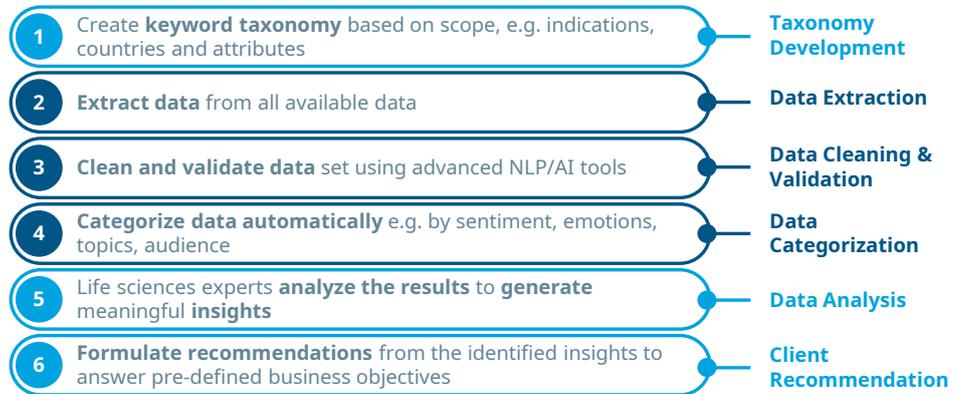
IQVIA's process combines technology and human expertise to generate insights and deduct actions



Online Data Sources\*



Only publicly available data sources are used



Note: \* Not exhaustive

Source: IQVIA (own depiction)

SMI erlaubt beispielsweise Rückschlüsse darauf, welche Fragen Patienten nach der Erstdiagnose haben, welche Herausforderungen eine bestimmte Therapie im Alltag bringt – und warum sich manche Personen nicht an ärztliche Vorgaben halten. Die Europäische Arzneimittelagentur (EMA) und die US Food and Drug Administration (FDA) regen sogar an, Social-Media-Tools als Möglichkeit zu nutzen, um Patientenperspektiven stärker als bislang zu berücksichtigen.

Im Vergleich zur traditionellen Marktforschung bietet SMI einige Vorteile. Neue Projekte lassen sich schnell aufsetzen. Zwischen dem Start und ersten Ergebnisanalysen vergehen nur wenige Wochen. Langwierige Rekrutierungsprozesse, wie man sie aus der klassischen Marktforschung kennt, sind nicht erforderlich.

Außerdem liefern SMI-Analysen durch ihren explorativen Charakter Hinweise auf neue Aspekte (siehe Fallbeispiel). Und anders als bei der klassischen Marktforschung vermeidet man eine mögliche Verzerrung, wie sie bei vorgegebenen Antworten auftreten kann.

Marktforscher bekommen auch Input zu schambehafteten Themen und damit verbundenen Einschränkungen im Alltag. Emotionen von Patienten gelangen ungefiltert über Social Media bis zum Hersteller. Sie lassen sich mit kaum einer anderen Methode erfassen.

Das Verfahren hat aber auch Schwächen. Oft liegen keine oder nur unvollständige Informationen zu Geschlecht, Alter oder sonstigen demografischen Merkmalen vor. Und in so manchem Konzern besteht noch Unklarheit darüber, wie sich aus den Analysen Empfehlungen und Aktionen für die eigene Arbeit ableiten lassen.

### TRADITIONELLE MARKTFORSCHUNG UND IHRE EINSATZGEBIETE

Im Unterschied dazu haben sich traditionelle Methoden seit Jahren in der pharmazeutischen Industrie etabliert. Von rund 2,36 Milliarden Euro, die in Deutschland jährlich für Marktforschung ausgegeben werden, entfallen 16 % auf pharmazeutische Hersteller. Nur der Konsumgüter-Bereich investiert noch höhere Summen.

Marktforscher arbeiten mit persönlichen und telefonischen Interviews, mit Fokusgruppen-Interviews sowie mit Beobachtungsstudien. Je nach Fragestellung sind qualitative oder quantitative Ansätze möglich. Es gibt beispielsweise Studien zur Produktwahrnehmung oder zur Evaluation der Wirksamkeit von Kommunikationsmaßnahmen.

Message-Recall-Tests eignen sich beispielsweise, um vom Außendienst übermittelte Botschaften zu bewerten: Haben sich Kunden wichtige Kernbotschaften eingeprägt, und können sie sich erinnern? Individuelle Fokusstudien zur Beantwortung spezifischer Fragestellungen, oft bezogen auf den Lebenszyklus des Produktes, kommen mit hinzu.

## **STÄRKEN UND SCHWÄCHEN DER TRADITIONELLEN MARKTFORSCHUNG**

Als entscheidender Pluspunkt traditioneller Methoden gilt die Möglichkeit, mit ausreichend großen Stichproben Fragestellungen repräsentativ zu beantworten. Darüber hinaus lassen sich durch Folgeuntersuchungen Ergebnisse sammeln, um zeitliche Änderungen des Kundenverhaltens zu beschreiben. Und nicht zuletzt hat sich diese Form der Marktforschung seit Jahren etabliert. Firmen gelingt es meist, Studienergebnisse auch praktisch anzuwenden.

Dennoch sollte man einige Schwächen ins Kalkül ziehen. So ist die Rekrutierung von Probanden, um Interviews durchzuführen, oft zeit- und kostenaufwändig. Kompromisse bei der Stichprobenauswahl sind erforderlich.

Darüber hinaus ist es häufig schwierig, mit den zur Verfügung stehenden Methoden explorativ zu arbeiten und neue Erkenntnisse zu gewinnen. Hinzu kommen bekannte Verzerrungen, etwa die Tendenz von Probanden, Fragen mit „ja“ zu beantworten. Und schambehaftete Themen lassen sich recht schwierig untersuchen.

## **DURCH KOMBINATIONEN VERSCHIEDENER ANSÄTZE DIE BESTEN ERGEBNISSE ERZIELEN**

Vergleicht man die traditionelle Marktforschung und SMI, so zeigt sich, dass beide Methoden ihre Stärken, aber auch ihre Schwächen haben. Es bietet sich an, beide Ansätze zu kombinieren, um den größtmöglichen Nutzen zu erzielen.

Während traditionelle Methoden kontrollierte, standardisierte Studien ermöglichen, liefern soziale Medien riesige Datenmengen, die systematisch ausgewertet werden können, um explorative Erkenntnisse über den gesamten Lebenszyklus eines Medikaments zu liefern (Abb. 3).

Richtig eingesetzt, bietet die traditionelle Marktforschung in Verbindung mit Social Media Intelligence Pharmaunternehmen die Möglichkeit, ein tieferes Verständnis des Marktes und der Patienten zu entwickeln, gezieltere Handlungsempfehlungen abzuleiten und damit effektiver zu arbeiten.

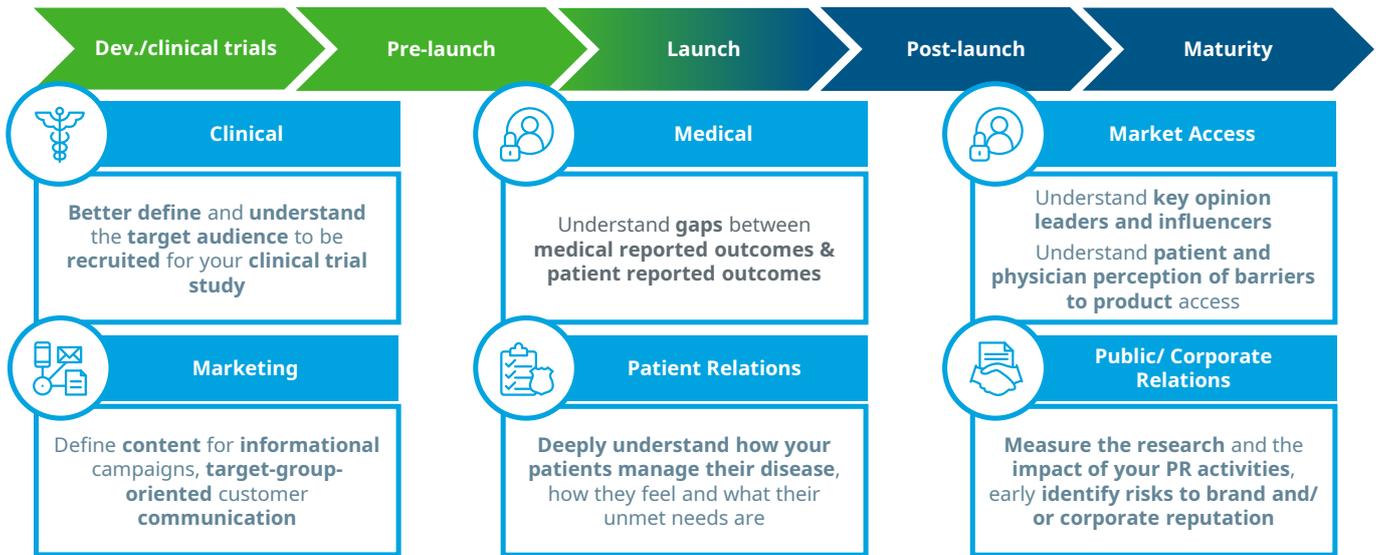
## **FALLBEISPIEL: MASSGESCHNEIDERTE ANGEBOTE FÜR EINE SUBGRUPPE**

Doch wie sehen kombinierte Studien in der Praxis aus? Ein Kunde aus Deutschland wollte herausfinden, welche Erfahrungen Patienten mit bestimmten chronisch-entzündlichen Erkrankungen gemacht haben, um mögliche Defizite bei der Versorgung zu identifizieren und dagegen Strategien zu entwickeln. Er kombinierte Methoden der traditionellen Marktforschung und IQVIAs Social Media Intelligence.

Die explorative SMI-Analyse zeigte überraschenderweise, dass Männer in Online-Medien unterrepräsentiert waren, gemessen an der bekannten Häufigkeit der Erkrankung. Anschließend wurde nach klassischem Ansatz eine Fokusgruppe befragt. Dadurch gelang es nicht nur, Ergebnisse der ersten Phase zu bestätigen, sondern auch, Gründe zu finden.

Männliche Patienten diskutieren sensible Themen in öffentlichen Foren nur ungern. Sie kritisierten fehlende Online-Communities und zu wenige Informationen

**Abbildung 3: Nutzung von Social-Media-Daten über den gesamten Lebenszyklus von Arzneimitteln und über Pharmako-Funktionen hinweg**



Source: IQVIA (own depiction)

speziell für ihr Geschlecht. Das pharmazeutische Unternehmen nahm diese Ergebnisse zum Anlass, um spezielle Angebote für diese Zielgruppe zu entwickeln.

**Quelle:** New perspectives through Social Media Intelligence. How the combination of digital and traditional market research can generate unique insights. IQVIA White Paper, März 2021.

**MIT UMFASSENDEN STRATEGIEN DIE ZIELGRUPPE VERSTEHEN**

Das Beispiel zeigt, wie traditionelle Methoden der Marktforschung und Social Media Intelligence ineinandergreifen. Für pharmazeutische Unternehmen handelt es sich um keine Entweder-oder-Entscheidung. Die Kombination beider Ansätze liefert bestmögliche Einblicke in Bedürfnisse von Patienten.

Stefanie Hammerer

**Download White Paper:**



# Erster IQVIA Start-up Award: Was wurde aus den Gewinnern 2019?

Im Jahr 2019 lobte IQVIA erstmals den Start-up Award aus. Knapp eineinhalb Jahre später folgt ein Resümee: was wurde aus den Gewinnern bzw. aus dem Preis, der als Umsetzung eines Projekts definiert war?



Foto: Adobe Stock

Die Idee hinter dem IQVIA Start-up Award besteht darin, junge Talente, ambitionierte Start-ups und Unternehmen mit Geschäftsideen zu innovativen Lösungen für die Gesundheitsbranche zu unterstützen. Der Bandbreite der Projekte sind dabei kaum inhaltliche Grenzen gesetzt, sie können z. B. von arzneimittelbezogenen Vorhaben über Medizintechnologie bis hin zu Konzepten der Digitalisierung oder Patientenversorgung reichen, oder auch eine Verknüpfung mehrerer Dimensionen beinhalten. Das Besondere an dem IQVIA-Preis: Der Gewinner erhält ein individuell zugeschnittenes Servicepaket, bestehend aus IQVIA-Dienstleistungen – Daten, Technologie, Beratung – im Wert von 30.000 Euro. Ihm steht damit das umfassende Know-how von IQVIA-Experten zur Verfügung, die konkrete Unterstützung bei der Entwicklung seines Projekts leisten – je nach Bedarf.

## PREISTRÄGER UND PRODUKT

Gewinner 2019 war die living brain GmbH, Heidelberg. Das Unternehmen hat es sich zur Aufgabe gemacht, personalisierbare Rehabilitation für Menschen mit neurologischen Erkrankungen zu entwickeln. Nunmehr hat living brain mit teora® mind die Beta-Version einer ersten Anwendung veröffentlicht. Dabei handelt es sich um eine auf medizinisch-psychologischer Forschung basierende Software zur kognitiven Rehabilitation für Menschen, die aufgrund unterschiedlicher neurologischer Erkrankungen an kognitiven Beeinträchtigungen leiden. Hierfür kombiniert das Unternehmen Neurowissenschaften, Psychologie und virtuelle Realität. Die Trainingssoftware ermöglicht

ein ortsunabhängiges, wissenschaftliches und abwechslungsreiches kognitives Training. Mit der Technologie der virtuellen Realität als „Enabler“ werden Alltagsaktivitäten von überall aus trainier- und erlebbar. Über die Streaming-App können Behandler gemeinsam mit ihren Patienten in die virtuelle Trainingswelt eintauchen.

Adressaten zum Einsatz der Software sind vor allem Kliniken und Reha-Zentren, im Weiteren auch niedergelassene Therapeuten. Angesichts des damaligen Entwicklungsstandes ergab sich Unterstützungsbedarf durch IQVIA im Hinblick auf verschiedene Fragen des Marktzugangs, zuvorderst die Erstattung durch Kostenträger, des Weiteren die Identifikation relevanter Patientengruppen und der Nachweis von Evidenz.

## PROJEKTBOGEN

Ein erster Kick-off-Workshop fand im Januar 2020 statt, in dem die Zielsetzungen bestimmt wurden. Ein weiterer Workshop folgte im März. Insgesamt spann sich der Projektbogen von einer ausführlichen GAP-Analyse bis hin zu einer Strategiebewertung.

Um das Ziel der Erstattung des Medizinprodukts teora® mind durch Kostenträger zu realisieren, wurden zunächst die dafür notwendigen Aspekte bearbeitet, nämlich:

- Identifikation relevanter Märkte (Auswahl der maßgeblichen Indikationen zur Antragsstellung, Ableitung der Marktgröße)
- Zielgruppenmanagement hinsichtlich Verordnern und Kostenträgern

- Bestimmung von Klassifikation und CE Zertifizierung (technische und operative Voraussetzungen)
- Vertriebswege (öffentlich zugängliche digitale Plattformen)
- Preisbildung (Ist-Analyse der Kostenstrukturen in der kognitiven Rehabilitation neurologischer Erkrankungen, Identifikation von Kosteneinsparungen oder mögliche Therapiesubstitutionen, Bottom-up- vs Top-down-Ansatz)
- Evidenzdarstellung (Darstellung des medizinischen Nutzen nach Health Technology Assessment-konformer GAP-Analyse der vorhandenen Evidenz und gemäß BfArM-Kriterien, wenn veröffentlicht, Identifikation einer patientenrelevanten Struktur- und Verfahrensverbesserung in der Versorgung durch living brain, Unterstützung in der Entwicklung des Studienprotokolls und Vorbereitung eines Endpunkt- und Studiendesigns eines wissenschaftlichen Evaluationskonzepts, wenn notwendig)
- Hinweise auf zentrale Themen in Preisverhandlungen
- Szenarien der Markterschließung

COVID-19-bedingt waren bestimmte Abschnitte des Projektes, vor allem die Durchführung von Studien, zeitlich erschwert. Dennoch ging es, insgesamt besehen, zügig voran. Bereits im Sommer 2020 lag der Bescheid zum Antrag nach dem MPG (Medizinproduktegesetz) vor, woraufhin eine von der Ethikkommission genehmigte klinische Studie beginnen konnte. Zum Ende des Jahres konnte das im Sinne des IQVIA Start-up-Awards unterstützte Projekt als abgeschlossen betrachtet werden. Ein zentrales Ergebnis war u.a., wie sich Spillover-Effekte zwischen Behandlern in der Anwendung des Therapiekonzeptes von living brain nutzen lassen, indem Versorgungslücken detektiert und entsprechende Interventionspunkte über den gesamten Behandlungspfad definiert wurden.

## FAZIT

Bei Projekten, insbesondere, wenn sie erstmalig initiiert wurden, stellt sich stets die Frage nach einer Schlussbetrachtung. Hat sich das Unterfangen gelohnt, was sind die „lessons learned“? Dazu sagt Barbara Stegmann, Geschäftsführerin von living brain: „Uns war klar, dass das Thema Market Access bei Medizinprodukten komplex ist und Expertise aus verschiedenen Bereichen benötigt. Das war mit einer der Gründe, weshalb wir uns um den Start-up-Award beworben hatten. IQVIA hat uns hier super und ganzheitlich unterstützt, von der Marktbegehung über gesundheitspolitische Vorgaben bis hin zu den Anforderungen zur Umsetzung von HTA-Studien. Insbesondere die Hilfestellung beim Studiendesign war für uns sehr wertvoll. Schade, dass das Preis-Budget ausgeschöpft ist, denn wir könnten sicher auch weiterhin noch von der Expertise IQVIAs profitieren.“ Seitens IQVIA resümiert Dr. Stefan Plantör, der dort den Bereich Real World Insights & Governmental Affairs leitet und das Start-up-Projekt federführend begleitet hat: „Wir lernen aus dem Projekt dreierlei: Erstens, dass Projekte mit vergleichsweise kleinen Unternehmen genauso komplex sein können wie bei großen Firmen; woraus zweitens folgt, dass die Ressourcen- bzw. Kostenintensität vorab leicht einmal unterschätzt wird; und drittens, dass es sehr viel Spaß gemacht hat, mit einem so motivierten und innovativ orientierten Team zu arbeiten.“

## AUSBLICK

Im Jahr 2020 gewann die Capnomed GmbH den IQVIA Start-up Award, ein im Jahr 2015 gegründetes Unternehmen mit Standort Zimmern im Schwarzwald. Capnomed ist ein Medizintechnikunternehmen, das sich auf die Entwicklung innovativer Verfahren mit medizinischen Aerosolen konzentriert, um die Lebensqualität von Krebspatienten verbessern zu helfen, z. B. mittels eines laparoskopischen Verneblers von Flüssigkeiten (CapnoPen®). Auch hierzu werden wir nach Abschluss des Projekts berichten. Und schließlich startet im Juni d. J. die Bewerbungsphase für den IQVIA Start-up Award 2021. Dazu werden wir noch gesondert informieren.

Dr. Gisela Maag 

## ÜBER IQVIA

IQVIA (NYSE: IQV) ist ein führender, globaler Anbieter von zukunftsweisender Analytik, Technologielösungen und klinischer Auftragsforschung für Life Science Unternehmen. Entstanden durch den Zusammenschluss von IMS Health und Quintiles, nutzt IQVIA Erkenntnisse der interdisziplinären Human Data Science und verbindet so Stringenz und Klarheit der Data Science mit dem kontinuierlich wachsenden Anwendungsbereich Human Science. Auf dieser Grundlage unterstützt IQVIA Unternehmen darin, neue Ansätze in der klinischen Entwicklung und in der Vermarktung zu verfolgen, ihr Innovationstempo zu steigern und bessere Ergebnisse in der Gesundheitsversorgung zu erzielen. Getragen von IQVIA CORE™, generiert IQVIA einzigartige und praxisrelevante Erkenntnisse an der Schnittstelle von umfassenden Analysen, transformativen Technologien, ausgewiesener Branchenexpertise und Umsetzungskompetenz. Mit etwa 72.000 Mitarbeitern ist IQVIA in mehr als 100 Ländern tätig.

IQVIA ist weltweit führend in Datenschutz und -sicherheit. Das Unternehmen nutzt ein breites Spektrum an Technologien und Sicherheitsmaßnahmen bei der Generierung, Analyse und Verarbeitung von Informationen. So unterstützt IQVIA Akteure im Gesundheitswesen darin, Krankheitsbilder zu identifizieren sowie mit entsprechenden Behandlungspfaden und Therapien zu verbinden, um bessere Behandlungsergebnisse zu erreichen. Das umfassende Know-how von IQVIA verhilft Unternehmen aus Biotechnologie, Medizintechnik, pharmazeutischer Industrie und medizinischer Forschung, staatlichen Einrichtungen, Kostenträgern und anderen Akteuren im Gesundheitswesen zu einem tieferen Verständnis von Versorgungsbedingungen, Krankheiten und wissenschaftlichen Fortschritten und unterstützt sie so auf ihrem Weg zu größeren Behandlungserfolgen.

Weitere Informationen finden Sie auf [www.iqvia.de](http://www.iqvia.de).

## IQVIA COPYRIGHT:

IQVIA Flashlight ist ein regelmäßig erscheinender Newsletter. Alle Angaben und Informationen in diesem Newsletter wurden sorgfältig zusammengestellt und geprüft. Für die Richtigkeit, Aktualität und Vollständigkeit der Informationen wird keine Haftung übernommen.

## HERAUSGEBER:

IQVIA Commercial GmbH & Co. OHG, Registergericht Frankfurt am Main HR A 29291. Persönlich haftende Gesellschafter sind: IQVIA Beteiligungsgesellschaft mbH, Frankfurt am Main, Registergericht Frankfurt am Main, HR B 46001

## GESCHÄFTSFÜHRER:

Dr. Frank Wartenberg (Vorsitzender), Karsten Immel

## REDAKTION:

Dr. Gisela Maag

IQVIA Pressestelle

Tel.: 069 6604 4888

E-Mail: [Gisela.Maag@iqvia.com](mailto:Gisela.Maag@iqvia.com)

[info.germany@iqvia.com](mailto:info.germany@iqvia.com)

[www.iqvia.de](http://www.iqvia.de)



LinkedIn

XING

---

## KONTAKT

IQVIA Commercial GmbH & Co. OHG  
Unterschweinstiege 2 - 14  
60549 Frankfurt am Main  
Tel. +49 69 6604-0

[iqvia.de](https://www.iqvia.de)